



De la créativité individuelle aux territoires créatifs : un état de l'art

Yvette Lazzeri

► To cite this version:

Yvette Lazzeri. De la créativité individuelle aux territoires créatifs : un état de l'art. 2015. hal-01315986

HAL Id: hal-01315986

<https://hal.science/hal-01315986>

Submitted on 23 May 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

De la créativité individuelle aux territoires créatifs : un état de l'art

Jusqu'à la moitié du XIX^e siècle, le concept de créativité ne faisait pas partie de la pensée scientifique, qui percevait le monde comme un ensemble de phénomènes opérant selon un ordre logique bien défini. Ce n'est qu'à partir des années 1930 que l'on commence à se pencher sur le concept de pensée créatrice. Mais il faudra attendre 1954 pour voir naître une théorie de la créativité, élaborée par le psychologue Carl Rogers. S'ensuivra toute une série de travaux, initiés par des sociologues (Jane Jacobs dès les années 60), des économistes (avec le concept d'économie créative de John Howkins, 2001 et 2013). Le sociologue Georges Gurvitch définit les « conduites collectives effervescentes, novatrices et créatrices », comme celles qui innovent en invalidant la hiérarchie établie des modèles, des rôles sociaux et des symboles, en apportant de nouvelles significations inattendues et en inventant des combinaisons inédites qui transfigurent en retour les attitudes collectives : « Ces conduites s'orientent dans des conditions toutes nouvelles et s'adaptent à des situations sans précédent (...). Alors apparaît, subitement, à découvert le palier de l'innovation, de l'invention, de la décision et de la création collectives » (Gurvitch, 1963). Dans les années 90, le concept de créativité est repris dans une approche géographique ouvrant un champ de recherche sur « la ville créative » (Landry et Bianchini, 1995).

LA CREATIVITE : UNE CAPACITE A...

On dénombre plus d'une centaine de définitions de la créativité, qui témoignent de la difficulté à cerner le

concept de créativité. Trois grands sens se dégagent : **Acte de créer quelque chose de nouveau.** L'acte créatif peut être considéré comme le fruit d'une volonté de puiser quelques informations provenant de la mémoire (logique ou irrationnelle) et de les réorganiser d'une manière nouvelle, poussée par l'imagination, l'instinct, l'inspiration, les émotions fortes...qui poussent le créateur en dehors des "sentiers battus". De nombreuses qualités, telles que l'imagination, la spontanéité, la sensibilité, sont fréquemment associées aux conditions qui favorisent la créativité.

On peut parler de créativité dès lors qu'il y a une mise en application pratique, la réalisation d'une *œuvre*. C'est seulement alors qu'on peut parler d'acte créatif et non de simple imagination.

Le travail de "création" semble faire appel à des circuits neuronaux originaux (schémas heuristiques, croisement de plusieurs cultures, etc.) donnant naissance à quelque chose de totalement nouveau.

Capacité à trouver des solutions originales. Dépassant la seule expression artistique, la créativité peut être considérée comme la capacité d'apporter ou de faire trouver des solutions originales aux problèmes d'adaptation auxquels chaque être humain est confronté. À partir de la reconnaissance d'un problème, un processus de divergence s'engage, et finalement se termine, par convergence, dans une nouvelle solution du problème.

Les analyses pluridisciplinaires éclairent le concept de stratégie adaptative entendue comme l'ensemble des moyens, individuels et collectifs, qui permet d'assurer la survie dans un environnement susceptible de se

transformer et s'applique aussi bien à l'individu, la population ou la biocénose. Stephen J. Gould la définit comme une « *intention activement développée au vu des circonstances locales* » (Gould, 1977).

Volonté de modifier ou de transformer le monde.

Parmi les nombreuses définitions, un facteur de créativité est omniprésent, à savoir une volonté ou une intention de modifier ou de transformer son environnement, le monde, la perception que les autres en ont, son propre monde intérieur, etc.

La créativité apparaît ainsi comme un processus complexe, fruit de l'interaction de facteurs cognitifs (connaissances, capacités intellectuelles), conatifs (goût de l'insolite, curiosité, adaptabilité, motivation, ouverture à ses émotions...), environnementaux (famille, école, travail, nouvelles technologies, ...) (Deriaz, 2006). Plusieurs auteurs, réunis dans la *Psychologie de la créativité* de Todd Lubart (2003), s'accordent à définir la créativité comme **la capacité à réaliser une production (concept, projet, action,...) qui soit à la fois nouvelle et adaptée au contexte dans lequel elle se manifeste**. En d'autres termes, c'est la capacité d'un individu ou d'un groupe d'individus à produire des solutions nouvelles, originales et utiles, en réponse à un problème pratique, dont le « *résultat concret de ce processus, change, modifie ou transforme la perception, l'usage ou la matérialité auprès d'un public donné* » (Deriaz, 2006).

LA CREATIVITE SOCIALE

La créativité sociale ne fait pas référence à la créativité individuelle. Elle émerge et se construit à partir des pratiques de vie quotidienne des groupes et des réseaux sociaux. Elle est portée par un paradigme éthique, politique et existentiel, au constat de la « société du risque », de la globalisation et de l'affaiblissement progressif des structures d'appui et de protection (État providence, marché du travail, famille, réseaux des quartiers, etc.). « *Beaucoup de problèmes pourraient être résolus à partir de la stimulation d'une conscience sociale, de nouvelles formes de mobilisation et de processus d'organisation collective. Il s'agit d'une option éthique-politique émancipatoire formulée sur base d'une éthique de la liberté centrée sur des valeurs d'autonomie et de dignité, comme manières et processus créatifs qui développent de nouvelles subjectivités et fortifient les diversités* » (Llobet Estany, 2007).

La créativité sociale consiste à innover dans les façons de faire, d'être, de sentir et de penser les initiatives locales. Elle émerge et se révèle dans les pratiques individuelles de la vie quotidienne, dans la vie des groupes, dans la rue et les quartiers (Villasante, 2006, cité par Llobet Estany). Il s'agit de petites expériences de processus communautaires qui parviennent à résister, à retourner et à transformer leur propre réalité.

TERRITOIRE CREATIF : UNE NOTION A LA MODE MAIS FLOUE

La créativité individuelle et collective est devenue une ressource aux retombées multiples : sociales (qualité de vie, cohésion sociale...), urbanistiques (valorisation du patrimoine bâti, investissements dans des équipements culturels, animation des espaces publics...) ou encore économiques (création d'emplois, développement touristique, retombées fiscales...). Les politiques urbaines vont se focaliser autour de « grands projets » de rénovation qui permettent de revitaliser des friches urbaines voire deviennent une vitrine pour l'économie locale (musée Guggenheim à Bilbao, Tour Agbar à Barcelone, MuCEM à Marseille...).

Dès lors, la créativité devient un crédo urbain, la formule magique pour rendre une ville attractive et dynamique. Cette idée est confirmée par l'essor des nouveaux labels urbains. Du réseau des villes créatives de l'UNESCO à celui des capitales européennes de la culture, tout est mis en œuvre pour que chaque ville puisse obtenir son étiquette, reflétant son potentiel créatif et attractif.

Pour autant, on ne sait pas ce que recouvre la notion de territoire créatif.

Activités culturelles & créatives et territoires. Les décideurs locaux vont s'intéresser aux liens entre culture et développement économique dans les années 80. Un large consensus émerge pour faire des arts et de la culture les éléments centraux des stratégies d'internationalisation des villes et de marketing territorial.

La « culture est un concept polysémique aux multiples facettes et enjeux. Au-delà de son approche fonctionnelle¹, la culture a une fonction sociale, en

¹ Les activités relevant du secteur culturel (audiovisuel, littérature, arts plastiques, spectacle vivant, patrimoine) produisent des biens et services symboliques, qui jouent un rôle crucial dans les sociétés contemporaines.

tant que mode de vie spécifique à un groupe, et transcende la seule sphère économique (Soldo, 2010, 2007).

Cette acception de la culture introduit le changement technologique majeur de la fin du XX^{ème} siècle et l'apparition corollaire du « nouveau paradigme des industries culturelles et créatives ». Le périmètre des activités culturelles et créatives, couvre onze secteurs : spectacle vivant, patrimoine, arts visuels, presse, livre, audiovisuel, publicité, architecture, cinéma, industries de l'image et du son, accès aux savoirs et à la culture. Cette classification permet d'identifier une « nouvelle économie de la culture » et de souligner le rôle des activités culturelles et de leur contiguïté dans le développement local. Certains travaux récents pointent également les retombées des activités culturelles en termes « sociaux », « citoyens » ou de « créativité ». L'art et les pratiques culturelles contribueraient à « rendre les individus acteurs de leur propre destin » tout en leur permettant de « s'associer les uns aux autres à travers des valeurs qu'ils partageront en commun » (Grefe, 2002, p. 24). Ils sont perçus dans leur « fonction élévatrice », comme contribuant à « faire de meilleurs êtres humains » (Moore, 1968). L'existence d'une offre culturelle territoriale joue un rôle de plus en plus important dans le choix de localisation des activités économiques et plus largement des individus, renforçant par là-même, l'attractivité citoyenne du territoire. Enfin, les activités culturelles apparaissent, par la créativité qu'elles diffusent, comme une partie prenante de la vie du territoire et de ses acteurs. « La culture suscite, développe la créativité, la création et la réflexion » (Lucchini, 2002, p. 2).

Pratiques créatives, environnements incubateurs, « milieux innovateurs ». Ces notions portent l'idée d'un nouveau mode de développement urbain qui associe culture contemporaine, innovation technologique et mobilisation des énergies locales, et que légitiment de nombreuses expériences un peu partout dans le monde, allant de la requalification de friches urbaines (Gertler, 2005 ; Bonard et Matthey, 2007) à la renaissance de ports industriels (Londres, Hambourg, Buenos Aires, Barcelone, Nantes, ...), jusqu'à la métamorphose d'une région (Salento en Italie [Bevilacqua, 2007] ; Ruhr allemande avec le projet d'Emscher Park) ; etc.

- La théorie de la classe créative, portée par R. Florida (2005), attribue un rôle déterminant à un ensemble

d'individus dotés d'un fort capital de connaissances et qui réunissent les "3T" (technologie, talent, tolérance) : scientifiques, ingénieurs, architectes et designers, éducateurs, artistes, musiciens et gens du spectacle dont la fonction économique est de créer de nouvelles idées, de nouvelles technologies et/ou du contenu créatif nouveau. Pour réussir, il ne suffit pas d'aménager un district industriel à proximité d'une université de pointe, mais il s'agit d'attirer et conserver ce « capital humain » (au contour un peu flou). Au fil des années, des chercheurs vont démanteler la théorie de R. Florida (théorie élitiste, peu crédible d'un point de vue méthodologique, non vérifiée à l'échelle européenne...).

- Les années 2000 explorent la notion de ville créative, définies comme « des lieux dynamiques d'expérimentation et d'innovation, où de nouvelles idées s'épanouissent et où des gens de tous les milieux se rencontrent pour améliorer la qualité de vie, de travail et de loisirs de leur collectivité » (Bradford, 2005). Landry (2008) suggère qu'il y a sept groupes de facteurs à l'œuvre dans une ville créative : des gens créatifs ; la volonté et le leadership ; la diversité humaine et l'accès à des talents variés ; une culture organisationnelle dotée d'une ouverture d'esprit ; une identité locale positive et forte ; des espaces et des installations urbaines ; et des possibilités de réseaux.

- Les travaux du Groupe de Recherche Européens sur les Milieux Innovateurs (GREMI) font « l'hypothèse que les ressources patrimoniales peuvent, aussi bien que le progrès technique, générer de nouvelles formes de développement local à long terme et même de développement durable, lorsqu'elles sont mises en valeur en termes de milieu innovateur » (Camagni, Maillat et Matteaccioli, 2004). Le patrimoine est entendu ici comme l'ensemble des ressources naturelles et culturelles endogénéisées par le milieu local et englobe tout à la fois des éléments matériels et immatériels (patrimoine, savoir-faire, image de marque...). Ces travaux invitent à voir dans le développement territorial une problématique de créativité des ressources, à partir de la capacité des hommes à s'organiser pour découvrir au sein de leur territoire des richesses délaissées ou latentes et à les mettre en valeur. Il suffit d'imagination, d'esprit d'entreprise et de capacité de créativité collective organisationnelle, autant que prévisionnelle, intentionnelle et relationnelle.

Les nouveaux espaces de créativité. Des « lieux créatifs » émergent dans le cadre des nouvelles logiques urbaines (smart city, open data, dynamiques du « Do It Yourself »...) qui questionnent sur leur rôle pour améliorer la qualité de vie des citoyens et soutenir le développement urbain.

« *Lieu d'hybridation entre le culturel, l'économique et le politique, entre le citoyen et l'institutionnel, entre les différents courants sociaux, le lieu créatif est au cœur de la fabrique de la ville* » (Chapignac, 2012). Ces lieux présentent différentes formes (cantines numériques, coworking spaces, fablabs, hacklabs, LivingLabs...). Ils constituent autant de « laboratoires » où se créent des idées nouvelles, des identités, des pratiques et des projets innovants de toutes sortes. Ce sont des lieux de partage, d'interconnexion, de fertilisation croisée où peut être « *s'opère concrètement l'alchimie de la ville créative* » (Chapignac, 2012).

Au-delà du côté ludique qui se joue autour du mouvement de la fabrication ouverte et du numérique créatif, nous assistons à une évolution dans la façon de posséder, d'apprendre, de répartir les savoirs et d'innover : démocratisation des compétences ; « surcyclage »² ; émergence de collectifs pour partager, réutiliser, valoriser ; connaissances tacites vs connaissances explicites. Par ailleurs, la démarche d'innovation n'obéit plus au déterminisme technologique (qui influence la société) mais est pilotée par l'usage. Dès lors, la société peut être en mesure de co-produire des innovations plus originales que celles initialement imaginées par des experts/concepteurs.

EN CONCLUSION

La créativité apparaît ainsi au carrefour de multiples dynamiques : individuelle, collective et sociale ; territoriale, psychologique, théorique, technique et pratique, mettant en jeu l'imagination, la motivation, et la réflexivité de tou(te)s. Avoir une meilleure compréhension de la créativité est important tant pour l'individu que pour la société, face aux enjeux démographiques, politiques, économiques et écologiques auxquels ils sont confrontés, pour co-construire un mode de développement adaptatif, du local au mondial (le global).

² Le surcyclage (en anglais *upcycling*) ou recyclage « par le haut » est l'action de récupérer des matériaux ou des produits dont on a plus l'usage afin de les transformer en matériaux ou produits de qualité ou d'utilité supérieure (source : wikipedia).

Penser demain autour de la créativité, peut s'avérer pour les collectivités territoriales, les entreprises, un levier de mutations et transformations attendues et inattendues.

Yvette LAZZERI & Equipe Plateforme Créativité et territoires

Fondation Aix-Marseille-Université
www.creativite.hypotheses.org

REFERENCES

- Camagni R., Maillat D. et Mattéaccioli A. (Eds.) (2004) : *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*, Institut de Recherches Economiques et Régionales, Editions EDES, Neuchâtel.
- Chapignac P. (2012). Territoires créatifs, quel mode d'emploi?
<http://www.zonesmutantes.com/2012/06/12/territoire-creatif-quel-mode-demploi/>
<http://www.zonesmutantes.com/2012/06/20/territoire-creatif-renforcer-le-capital-social/>
- Deriaz M., 2006, La créativité, une composante essentielle du développement personnel et collectif, *Revue transdisciplinaire Plastir* n° 3, p. 6-7, <http://plasticites-sciences-arts.org/Deriaz2.pdf>
- Florida, R. (2005): *Flight of the creative class*, Harper Books
- Gertler M. (2005) : Les villes créatives : Quelle est leur raison d'être, comment fonctionnent-elles et comment les bâtissons-nous ?
<http://www.cprn.ca/fr/doc.cfm?doc=1083>
- Georges Gurvitch, *La vocation actuelle de la sociologie*, t. 1 « Vers la sociologie différentielle », PUF, Paris, 1963.
- Gould S.J. (1977). Darwin et les grandes énigmes de la vie, *Revue Natural History*.
- Howkins J. (2001, 2013): *The Creative Economy*, Penguin Global.
- Landry C. et Bianchini F. (1995), *The Creative City* Ed. Demos.
- Lhobet Estany M. (2007). La créativité sociale comme stratégie pour renforcer la perspective communautaire. <http://www.cairn.info/revue-pensee-plurielle-2007-2-page-57.htm>
- Lubart Todd, 2003, *Psychologie de la créativité*, Editions Armand Colin.
- Rogers C.R. (1954) : Toward a theory of creativity, *ETC : A review of general semantics*, 11, p249-260.